

## АЛЮЗІЯ ЯК ВИД ІНТЕРТЕКСТУ В СТУДЕНТСЬКОМУ СЛЕНЗІ США

І.В. Рубцов (Харків)

Стаття присвячена вивченню алюзії як одного з механізмів створення лексичних інновацій у студентському слензі США. Крізь призму теорії інтертекстуальності алюзія бачиться як вид інтертексту; обґрунтовується причина широкого використання алюзії в студентському слензі завдяки її високій експресивності. Виділяються джерела та групи інтертекстуальних (алюзивних) посилань, визначаються сфери спрямованості алюзії, а також її місце в мові студентів, намічаються перспективи подальших досліджень.

**Ключові слова:** алюзія, інтертекст, інтертекстуальність, студентський сленг.

**И.В. Рубцов. Аллюзия как вид интертекста в студенческом сленге США.** Статья посвящена изучению аллюзии как одному из механизмов создания лексических инноваций в студенческом сленге США. Сквозь призму интертекстуальной теории аллюзия рассматривается как вид интертекста; дается обоснование причин широкого использования аллюзии в студенческом сленге благодаря ее высокой экспрессивности. Выделяются источники и группы интертекстуальных (аллюзивных) ссылок; определяются сферы направленности аллюзий, а также их место в речи студентов, намечаются перспективы дальнейших исследований.

**Ключевые слова:** аллюзия, интертекст, интертекстуальность, студенческий сленг.

**I.V. Rubtsov. Allusion as a type of intertext in the US students' slang.** The article investigates allusion as a certain creation mechanism of lexical innovations in the USA students' slang. In terms of the theory of intertextuality allusion is viewed as a type of intertext. The article substantiates the reasons of allusion wide spread usage in students' slang due to its high expressiveness. Sources and groups of intertextual (allusive) references are singled out; allusion reference spheres as well as its place in students' speech are defined; the prospects of further studies are outlined.

**Key words:** allusion, intertext, intertextuality, students' slang.

В останні десятиріччя в лінгвістичних дослідженнях велика увага приділяється креативним особливостям мови і місцеві індивіда в цій мовній творчості. На перший план виходять різні нелітературні підсистеми, чий мовний арсенал стає одним з основних джерел розширення корпусу національних мов. У цьому відношенні сучасний студентський сленг, з його величезним креативним потенціалом і широкими соціо-мовленнєвими функціями, а також різноманітними засобами реалізації цих функцій становить величезний інтерес. Одним із таких засобів є алюзія. **А к т у а л ь н і с т ь** статті – у недостатній вивченості креативних засобів сучасного студентського сленгу США, а також роз'єднаності і суперечливості поглядів на природу алюзії і можливість залучення до її вивчення сучасних лінгвістичних теорій, зокрема теорії інтертекстуальності.

Метою дослідження є розгляд алюзії як виду інтертексту і визначення джерел алюзивних посилань у студентському американському слензі.

Об'єктом дослідження в цій статті є явище алюзії в американському студентському слензі, а предметом вивчення – джерела алюзивних посилань у студентському слензі США.

Матеріалом дослідження виступають приклади алюзії, отримані методом суцільної вибірки зі сленгових словників, сучасної молодіжної преси та Інтернет сайтів американських університетів.

Інтертекстуальність — текстова категорія, що відображає співвіднесеність одного тексту з іншим, діалогічну взаємодію текстів у процесі їх функціонування, що забезпечує прирошення смислу твору [2]. Як зазначає Н. О. Фатєєва, інтертекстуальність — це засіб породження та становлення своєї творчої індивідуальності через складну систему ідентифікації, протиставлень та маскуванню текстів інших авторів [8]. За словами І.В. Арнольд: «Під інтертекстуальністю розуміється включення у текст цілих інших текстів з іншим суб'єктом мовлення, або їх фрагментів у вигляді маркованих чи немаркованих, перетворених або незмінних цитат, алюзій та ремінісценцій» [1, С.346].

Однак такий погляд на теорію інтертекстуальності уявляється штучно обмеженим: адже феномен інтертекстуальності вміщає в себе не тільки факт запозичення елементів існуючих текстів, але і наявність спільного єдиного текстового простору. Тільки в такому випадку стає зрозумілим, чому алюзії, цитати, ремінісценції можуть бути як вільними, так і мимовільними запозиченнями (саме мимовільним запозиченням, “несвідомою дією творчої пам'яті” називав В.М. Жирмунський ремінісценції), порівн. [5, с. 339].

Р.Д. Тименчик виділяє “проміжний вид використання” чужого тексту, при якому цитування не є свідомим відсиланням до тексту-джерела [6, с. 34]. Саме за умови існування єдиного текстового простору стає очевидною можливість для текстів вільно проникати один в одного.

У єдиному культурному просторі перебувають, крім інших, тексти, що мають незаперечний “авторитет”, придбаний в результаті традиції сприймати їх як джерело безумовних аксіом. Таким текстом є, наприклад, Біблія, цитати та алюзії з текстів якої пронизують буквально всі тексти, створені в Новий час. За виразом В.Н. Топорова, “великий текст” — “чиста творчість як подолання всього просторово-тимчасового, як досягнення вищої волі” живе “вічно й усюди” [7, с. 284]. Присутність таких безумовних “авторитетів” також сприяє створенню певного “універсуму текстів” (за висловленням Ж. Деррида), тому що подібний текст функціонує в якості постійного інтертексту у виді цитат і алюзій. Літературна

алюзія є засобом створення міжтекстових зв'язків. Це не більш ніж прийом, що полягає в тім, що алюзія “натякає” на певну подію, що була в дійсності або вигадана. Алюзія збагачує значення, активуючи нашу уяву, дозволяючи слухачеві знаходити зв'язки та відчувати радість від розпізнавання алюзії.

Саме тому інтертекстуальність являє собою одну з характерних особливостей молодіжного студентського сленгу, якщо тексти розуміти широко як будь яке висловлювання, що несе у собі закінчений зміст. При цьому текст може бути представлений у різних формах: як жива мова людини, як мова, зафіксована на папері або будь якому іншому носії і як будь яка знакова система. За нашими спостереженнями значна кількість інтертекстуальних включень в студентський сленг присутня у формі алюзій.

Розглядаючи алюзію як окремий випадок інтертекстуальності, Е. М. Дронова робить висновок, що алюзія являє собою запозичення певного елементу із стороннього тексту, яке є відсиланням до тексту-джерела, певним знаком ситуації, функціонуючим як засіб ототожнення певних фіксованих характеристик. [4, с. 96] У той же час інтертекстуальність, у першу чергу, пояснює саму можливість взаємопроникнення текстів, факт існування їх в об'єднаному просторі у вигляді єдиного тексту, що являє собою вся людська культура.

Слід зазначити, що на сучасному етапі питома вага алюзій, що базується на джерелах кінематографа, телебачення і поп-музики, зростає в силу їхньої популяризації, замінюючи при цьому колишні, більш традиційні. Тобто, алюзія може функціонувати як засіб розширеного переносу властивостей і якостей не тільки міфологічних, біблійних, літературних і історичних персонажів і подій, але і зі сфери сучасної поп-музики, мас-медіа та інші. У такому випадку “алюзія не відновлює добре відомий образ, а вилучає з нього додаткову інформацію” [1, с. 110]. Як буде показано нижче, це особливо характерно для студентського сленгу.

Щоб визначити характер впливу словесного висловлювання, потрібно, насамперед, розкрити закономірності відносин між двома видами змісту: змісту думки і змісту форми. Тому останнім часом лінгвістів приваблюють вже не тільки формальні ознаки висловлювань, що повідомляють щось додаткове до його основного змісту, але і такі ознаки, що виявляються тільки шляхом більш глибокого проникнення, як у зміст твору, так і в його форму і фактуру мовних одиниць.

У цьому розумінні алюзія є надзвичайно цікавим феноменом, тому що надає додаткову інформацію тільки у тому випадку, якщо були ретельно вивчені цілі та задачі використання цього прийому – його структура, а також форма, що той чи інший автор надає алюзії.

Вивчення алюзії в студентському слензі ставить перед дослідниками ряд задач: охарактеризувати і проаналізувати основні типи алюзій, визначити цілі їх вживання, виділити

найбільш часто використовуваний вид алюзій, з'ясувати ступінь інформативності алюзії і визначити, яку інформацію вона несе.

Треба зазначити, що взагалі, алюзія не є лише засобом підсилення того чи іншого значення, привносячи додаткові знання в інтерпретацію поняття. Функціонування алюзії в студентському слензі спрямовано на реалізацію основної функції цієї лексичної системи – інкорпоративності. Мається на увазі ідентифікація з групою однолітків/однодумців і соціальне відмежування від осіб, що не є членами групи. Виходячи з домінуючої функції студентського сленгу, можна припустити, що і інтертекстуальність буде служити, з одного боку, самоідентифікації у молодіжній групі і, з другого — самовираженню за допомогою мовної гри, що в цілому відповідає апелятивній та експресивній функціям інтертексту.

Розшифровка алюзій студентського сленгу, як і будь-якого іншого інтертекстуального відношення, припускає наявність у співрозмовників певних спільних, інколи специфічних, знань. Відсутність таких знань ускладнює пошуки денотата алюзії, а іноді робить це неможливим. Така особливість алюзії дозволяє широко використовувати її у слензі як засіб вилучення з групи тих, хто не має певних “привілейованих” знань, поділяючи співрозмовників за принципом “свій – чужий”.

По-друге, використовуючи сленг, студенти, насамперед, прагнуть висловити свою думку з приводу певної особи, події чи ситуації, не стільки назвати їх, скільки дати їм певну характеристику. Алюзія як найкраще підходить для цієї мети, оскільки їй притаманна висока ступінь експресивності. Експресивність, що виявляється на рівні мови, полягає в інтенсифікації виразності повідомлення, збільшенні сили впливу висловлювання, до чого прагнуть студенти у своєму спілкуванні.

Експресивна функція виявляється в студентському слензі щораз, коли адресант висловлює свої почуття і ставлення до референта, коли він хоче викликати у адресата певну емоційну реакцію. Засоби емоційного висловлювання і впливу актуалізуються у психіці адресата і знаходять своє експресивне відображення. Емоційна експресивність включає і елемент оціночності, що є важливою особливістю студентського сленгу.

Суспільне визнання узагальнених понять та існуючих у певному мовному колективі емоційно-оцінних категорій створює соціально-психологічну базу для передачі стилістичної інформації. Одним з носіїв таких категорій є культурні знаки, що служать джерелами алюзій. Як вже згадувалося вище, як літературний прийом алюзія широко присутня в стандартній мові. Оскільки об'єкт інтертекстуального посилання повинен являти собою культурний знак і зберігати актуальність у певній культурі, то джерела алюзивних посилань можуть охоплювати

різні сфери. Найпоширенішими джерелами алюзії в літературному стандарті є знання, отримані за допомогою книг чи формальної освіти, тобто сфери історії, релігії, науки і літератури. Крім цього, алюзії в достатній кількості присутні в розмовному варіанті мови та у слензі. На відміну від літературної мови, джерелами алюзивних посилань, що зустрічаються в слензі, є сфери дозвілля.

Подібним же чином студентський сленг США черпає свої алюзії у сфері відпочинку і розваг. Результати проведених нами досліджень дозволяють зробити висновок, що у студентському слензі практично повністю відсутні літературні алюзії. Натомість джерелами алюзивних посилань є кінематограф, поп-культура, мас-медіа, реклама, сфера послуг та спорт. Це не дивно, оскільки саме ці види неакадемічної діяльності надають можливість студентам повноцінно спілкуватися.

Результати проведеного дослідження дозволяють згрупувати інтертекстуальні посилання студентського сленгу наступним чином:

- відомі особистості (актори, музиканти, ведучі) (**“Bruce”** – зі значенням “людина, що вважає себе успішною, але такою не є насправді” – алюзія на ім'я актора Брюса Уїлліса, що зіграв у серіалі “Детективне агентство Місячне “Світло”
- назви фільмів і телепередач (лексична одиниця **“to pull a Ferris Bueller”**, що є алюзією на фільм “Ferris Bueller’s Day Off”, стала позначати “пропускати заняття”);
- персонажі фільмів і мультфільмів (**“jetson”**, **“Flintstone”**, – дурна людина; **“wilma”** – дурна жінка – алюзія на однойменні персонажі мультфільмів);
- цитати з фільмів і телепередач (лексична одиниця студентського внутрішньогрупового вокабуляру **“bodacious ta-tas”**, референтом якої є жіночі груди, являє собою алюзію на фільм “An Officer and Gentleman”; сленгізми **“scumbag”**, **“jive turkey”**, **“Let’s kick some ass/some butt”** являють собою алюзії на фільм за участю Еді Мерфі “Trading Places”. Сленгові лексичні одиниці **“jelly roll”** (секс) і **“a dick thing”** (щось суто чоловіче), з’явилися у студентському слензі відразу після появи фільмі Спайка Лі “Do the Right Thing” та “Mo’ Better Blues”; **“Beam me up Scotty”** (“куди я потрапив, де мої речі??”), **“Level 1 diagnostic”** (“спостереження”) – алюзії на популярний серіал Star track; Таким же чином, фільм “Fast Times at Ridgemont High”, що вийшов у 1982 році, популяризував лексичну одиницю **“gnarly”** зі значенням “огидний”. Повернення на телебачення передачі “The Andy Griffith Show”, яка виходила спочатку в ефірі з 1960 по 1968 роки, призвело до появи лексичної одиниці **“otis”** зі значенням “сп’янілий”);

- торгові марки (“**beef-a-ronie**“ – симпатичний хлопець – алюзія на однойменну торгову марку продукту; “**maalox moment**“ – стресова ситуація – є алюзією на рекламу ліків Maalox; “**cram-o-matic**“ – посилено вчитись на останніх хвиликах перед тестом – є алюзією на рекламу одного з перших кухонних комбайнів);
- рекламні тексти (“**Know what I mean, Vern?**“ – зрозуміло? – текст телереклами);
- назви музичних груп (сленгізм “**Pink Floyd**” зі значенням “чудовий” являє собою алюзію на однойменну британську групу);
- тексти і назви пісень (“**Brick house**” – симпатична дівчина – алюзія на пісню групи Commodores “**She's a Brick House**”);
- назви спортивних ігор (Такий новий вид спорту, як стрибки з гумовим джгутом (“**bungee jumping**“) став джерелом появи в студентському слензі лексичної одиниці “**bungee**” зі значенням “дуже”);
- назви спортивних аксесуарів (сленгізм “**table Zamboni**” – серветка для протирання столу і стійки бара – являє собою алюзію на машину для відновлення льоду після хокейного матчу; лексична одиниця “**tubular**” зі значенням “чудовий” є алюзією на величезну хвилю, що дозволяє одержувати задоволення від серфінгу).

Практично всі алюзії студентського сленгу з'являються у ключових для сприйняття адресата ділянках мовного ланцюга. Так, наприклад, багато алюзій заповнюють місце звертання у висловленнях. Алюзія використовується студентами для характеристики особи і життєвих ситуацій. З огляду на переважно негативний тон сленгу взагалі і студентського сленгу зокрема, не дивно, що більшість студентських алюзій несуть негативну та іронічно жартівливу конотацію, особливо при характеристиці особи.

Найбільше часто уживаний вид алюзій у студентському слензі США – алюзії, джерелами яких є мас-медіа і поп-музика, що пов'язано, мабуть, з високим ступенем впливу цих сфер на студентську культуру. Такі алюзії найбільш легкі для декодування, але в той же час, це є причиною того, що вони менш експресивні та емоційні. Найбільш експресивними та емоційними є алюзії на базі сфери послуг і спорту.

Алюзія як будь-який стилістичний прийом – інформативна, і ступінь її інформативності дуже висока, на що вказує наявність усіх характерних ознак, що характеризують інформативне повідомлення, одиницю мови. Цей стилістичний прийом дозволяє читачеві одержати не тільки ту інформацію, що закладена у висловлюванні, але і довідатися точку зору самого автора на те чи інше описуване явище, оскільки інформація, передана алюзією, являє собою змістовно-концептуальну і змістовно-підтекстову інформацію.

Слід зазначити, що, не дивлячись на те, що засоби масової інформації є досить поширеним джерелом сленгових алюзій, запозичення алюзій у студентський сленг відбувається досить вибірково. Популярність фільму, ведучого або передачі не гарантує, що він стане джерелом алюзії. Наприклад, незважаючи на велику кількість прихильників серед студентів творчості Елтона Джона, Бітлз, Лед Зепелінг або Стінга, алюзії на їх творчість практично відсутні у студентському слензі.

Розвиток лінгвістичної науки і поява у зв'язку з цим нових підходів у дослідженні мовних явищ, робить вивчення алюзії справою цікавою і перспективною, дозволяючи відкривати нові грані цього маловивченого явища.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Арнольд И.В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность: Сборник статей/науч. р. Г.Е. Бухаркин. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1999. – 444 с.
2. Баженова Е. А. Интертекстуальность / Е.А. Баженова // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожинной. – М., 2003. – С. 104.
3. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М. : Наука, 1981. – 138 с.
4. Дронова Е. М. Интертекстуальность и аллюзия: проблема соотношения / Е.М. Дронова // Язык, коммуникация и социальная среда. – Воронеж, 2004. – Вып. 3. – С. 92-96.
5. Жирмунский В. М. Анна Ахматова и Александр Блок : Избранные труды. Теория литературы. Поэтика. Стилистика / В. М. Жирмунский. – Л. : Наука, 1977. – 408 с.
6. Тименчик Р. Д. Чужое слово у Ахматовой / Р. Д. Тименчик // Русская речь. – 1989. – № 3. – С. 195-197.
7. Топоров В. Н. Пространство и текст / В. Н. Топоров. // Текст: семантика и структура. – М. : Наука, 1983. – С. 227-284.
8. Фатеева Н. А. Интертекстуальность / Н.А. Фатеева // Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник / Под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева и др. – М., 2003. – С. 221.